



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2016

**Comment Tesla veut relever ses trois défis (How Tesla wants to meet its
three challenges)**

Schulze, Anja

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-131562>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Schulze, Anja. Comment Tesla veut relever ses trois défis (How Tesla wants to meet its three challenges).

In: Le Temps, 28 October 2016, 3.

Comment Tesla veut relever ses trois défis

INNOVATION Le fabricant de voitures électriques haut de gamme a publié son premier bénéfice trimestriel depuis 2013. Surtout, il confirme ses chiffres de production et affirme ne pas avoir besoin de lever de nouveaux fonds. En face, la concurrence s'accroît

ANOUGH SEYDTAGHIA
@Anouch

«Ce serait génial de jeter une tarte à la crème au visage de tous ceux, à Wall Street, qui ne croient pas en nous», écrivait Elon Musk en août aux employés de Tesla. Jeudi, pour lui donner raison, l'action du fabricant de voitures électriques haut de gamme bondissait de plus de 5% à l'ouverture de la bourse après la publication de ses résultats. Douze trimestres consécutifs dans le rouge, des centaines de millions de dollars perdus... Puis, dans la nuit de mercredi à jeudi, la communication d'un bénéfice trimestriel de son histoire, démarrée en 2003. Le fabricant n'a pas encore gagné son pari, vu le nombre de défis qu'il doit encore relever. Mais cette annonce pourrait calmer, au moins pour un temps, les Cassandra qui prédisent une fin rapide au constructeur californien.

Tesla est aujourd'hui l'Apple de la fin des années 2000. Une société dirigée par un entrepreneur visionnaire, Elon Musk, travailleur acharné et doté d'un ego très bien dimensionné, qui n'est pas sans rappeler Steve Jobs. Comme l'iPhone d'Apple, la première Tesla Model S, lancée en 2012 par une société toute nouvelle sur le marché des voitures, est venue secouer un secteur dominé par des géants bien établis. Et comme Apple, Tesla suscite, par son arrogance et ses promesses, autant d'amour que de haine.

Le constructeur fait beaucoup parler de lui, alors qu'il ne représente que 0,00086% du marché automobile mondial. «Bien sûr, Tesla est un acteur minuscule à cette échelle, mais c'est le seul fabricant de véhicules purement électriques qui a du succès. Ses voitures sont sexy, son usine tourne à plein régime et l'autonomie de ses modèles est bonne, affirme Anja Schulze, professeure au Swiss Center for Automotive Research de l'Université de Zurich. Sans que l'on s'en aperçoive naissent et disparaissent des dizaines de clones de Tesla dans le monde. Donc oui, cette société est spéciale.» En Suisse, Tesla a vendu 1283 véhicules neufs entre janvier et septembre, selon les chiffres d'Auto Suisse, soit 0,0055% du total.

1• LE DÉFI DE LA PRODUCTION

Cette année, Tesla devrait produire environ 75 000 véhicules. Elon Musk a réaffirmé sa volonté d'en faire sortir 50 000 de son unique usine de Fremont (Californie) durant le deuxième semestre. Selon lui, l'objectif de produire 2000 véhicules par semaine est



Le dernier modèle, la Tesla X, au Salon de l'auto de Paris en septembre dernier. (REUTERS)

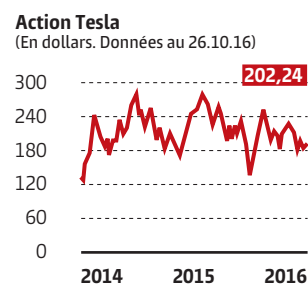
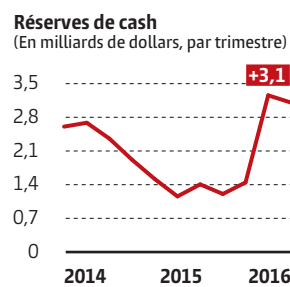
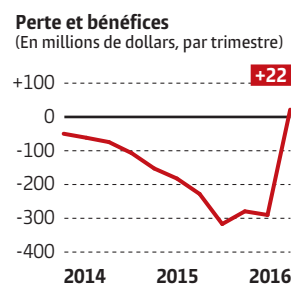
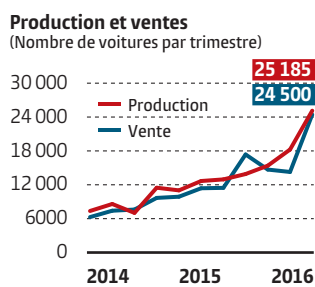
Tesla a plus que doublé son chiffre d'affaires en un an

Au troisième trimestre, les revenus se sont élevés à 2,3 milliards de dollars.

Chiffre d'affaires en millions de dollars.

Source: Tesla

Quatre indicateurs clé pour la société



désormais atteint, alors que les commandes pour les modèles S et X ont augmenté de 68% sur un an. Elon Musk a réaffirmé qu'il n'avait pas l'intention de construire une deuxième usine. Le modèle 3 – dont le premier prix sera de 35 000 dollars, soit moitié moins que pour les voitures S et X – doit toujours être construit dès fin 2017. A titre de comparaison, le premier prix du modèle S, en Suisse, est d'environ 74 000 francs.

Plus de 373 000 précommandes ont été enregistrées pour le modèle 3, alors qu'Elon Musk vise toujours une production de 80 000 véhicules par an d'ici à 2018. Est-ce réaliste? «Honnêtement, atteindre ce chiffre serait extraordinaire, tempère Anja Schulze. Mais j'ai de la peine à y croire: sans partenaire de taille pour la production, Tesla n'y arrivera pas. Et 2018, c'est demain. Pour parvenir à ce chiffre de 80 000 véhicules, il faut ouvrir de

nouvelles usines, engager massivement... Même un constructeur établi comme General Motors ou Volkswagen ne peut pas, dans un délai aussi court, accroître autant sa production.» Tesla risque donc de décevoir. «Et cela pourrait porter préjudice à la société, car des dizaines de milliers de clients potentiels, qui ont déjà versé un acompte de 1000 dollars, seront très frustrés de ne pas recevoir leur modèle 3 à temps», poursuit la professeure.

2• LA PRESSION DES CONCURRENTS

Nain à l'échelle mondiale, Tesla affirme progresser sur des marchés très précis. Ainsi, Elon Musk a déclaré que le modèle X détenait désormais 6% du marché américain des modèles 4x4 (SUV), alors que le modèle S représentait 32% du marché des 12 voitures de luxe se vendant le mieux aux Etats-Unis. Mais si l'on tient compte du marché

des véhicules électriques, Tesla est encore petit. Rien qu'en Chine, selon le site spécialisé EV Sales, cité par *Forbes*, 450 000 voitures électriques seront vendues cette année. Car Tesla fait face à des concurrents qui livrent un nombre sensiblement plus élevé de modèles. Au premier semestre, le chinois BYD a vendu 53 400 voitures électriques en Chine uniquement, contre 33 200 pour Tesla dans le monde entier. Et à elle seule, l'alliance Renault-Nissan, notamment grâce au modèle Zoé, a vendu au total 350 000 voitures électriques, dont 100 000 sur la période août 2015-août 2016.

La Renault Zoé est disponible aujourd'hui à partir de 21 500 francs en Suisse. Sur le marché américain, la Chevrolet Bolt doit être lancée dans quelques semaines pour un prix de 37 500 dollars. Elle est clairement vue comme étant la principale concurrente du modèle 3 de Tesla. Récemment, Bob Lutz, ancien vice-président de General Motors, incendiait Tesla, affirmant que «beaucoup de personnes croient que Tesla a une technologie supérieure, mais ce n'est pas vrai. Les autres constructeurs automobiles proposent ou vont proposer des voitures électriques avec une autonomie de 500 km.» Mais Tesla a un avantage, estime Anja Schulze: «Ses modèles sont sensiblement plus attrayants que ceux des concurrents, même BMW. Le fait d'avoir commencé à attaquer le marché avec des modèles de luxe pour ensuite produire une voiture de milieu de gamme est intelligent. A condition, encore une fois, de tenir les promesses...» Et le fait d'équiper toutes ses voitures avec un système de pilotage autonome pourrait profiter à Tesla.

3• GESTION DÉLICATE DU CASH

Elon Musk l'affirme, il n'aura pas besoin de lever de nouveaux fonds pour ces prochains mois, notamment pour lancer la production du modèle 3. Mais la société pourrait tout de même se refinancer, a-t-il ajouté, pour «réduire les risques» et conserver un matelas de liquidités en cas d'événement extraordinaire, tel un ralentissement de l'économie mondiale. Aujourd'hui, la société détient 3,1 milliards de dollars de réserve, un chiffre quasiment inchangé sur trois mois. Selon Elon Musk, la fusion controversée entre le fabricant de panneaux solaires SolarCity et Tesla devrait être neutre pour le second, voire lui apporter des liquidités. Mais de nombreux analystes doutent de ce scénario, craignant que SolarCity, qui perd de l'argent, ne mange des liquidités à Tesla. ■

La voiture autonome profite à de nombreux acteurs

TECHNOLOGIE Entre fournisseurs historiques en pleine reconversion et nouvelles start-up spécialisées, le secteur de la voiture autonome fourmille d'acteurs

Les amateurs de gaming connaissent Nvidia. Les cartes graphiques du géant de Santa Clara influencent directement la performance de leur ordinateur et leur plaisir de joueur. Ses dirigeants s'intéressent depuis plusieurs années au marché de la voiture autonome. Au deuxième trimestre, Nvidia a annoncé 119 millions de dollars de revenus liés à ses activités dans l'automobile, soit une hausse de 68% sur un an. Sa plateforme Drive PX2 doit aider les constructeurs à traiter à vitesse réelle la masse d'informations transmises par les nombreux et indispensables capteurs qui

équipent un véhicule autonome. L'exercice demande une puissance de calcul phénoménale et Nvidia compte sur son expertise pour s'assurer une position dominante dans le secteur. Volvo testera dès l'an prochain le Drive PX2 sur certains de ses SUV.

«Clairement, le «cerveau» de la voiture – comme la plateforme Drive PX2 par exemple – va devenir la clé, explique au *Temps* David Sedgwick, journaliste à *Automotive News*. La voiture va devenir un objet connecté comme un smartphone.» Pour beaucoup de constructeurs, la perspective d'un microprocesseur plus indispensable que la carrosserie ou le moteur fait froid dans le dos. «L'inquiétude vient du fait que si le véhicule lui-même devient un accessoire, les entreprises de la Silicon Valley, qui pro-

duisent les logiciels, prendront le contrôle du marché», résume pour *Le Temps* Kerry Wu, analyste chez CB Insights. Nvidia n'est pas seul sur le marché. Le fabricant néerlandais de semi-conducteurs NXP, qui espère faire sa place tout comme Samsung ou Qualcomm et Intel, a signé un partenariat avec BMW.

Fusions en hausse

Les équipementiers historiques tels que Continental, Valeo, Autoliv ou Bosch vivent une profonde mutation. Les fournisseurs, conscients de leur manque de savoir-faire dans le high-tech, s'adaptent. Selon Bloomberg, les fusions et rachats dans le secteur ont représenté en 2015 et 2016 près de 75 milliards de dollars, très au-delà de la moyenne des années précédentes.

Continental a déboursé 600 millions d'euros pour Elektorit Oyj, spécialisé dans la fabrication de logiciels pour les automobiles.

La présence des piétons, la reconnaissance des panneaux routiers ou les véhicules à proximité font des «yeux» une partie incontournable dans l'anatomie des voitures sans chauffeur. Un terrain fertile pour les start-up de l'industrie automobile. Elles auraient reçu, selon CB Insights, 409 millions de dollars d'investissement en 2015, soit 154% de hausse par rapport à 2014.

Images en 3D

Flirtant avec les 10 milliards de dollars de capitalisation boursière, Mobileye incarne cette tendance. Cette firme israélienne développe une caméra à 360 degrés qui a séduit BMW,

devenu partenaire. Son concurrent Velodyne travaille sur une autre technologie: le Lidar, un laser de télédétection offrant une image en 3D et haute définition des environs du véhicule. Limite principale: un coût de plusieurs dizaines de milliers de dollars. Quenergy, start-up qui a levé 90 millions de dollars cet été, pense pouvoir faire descendre le prix à quelques centaines de dollars.

Ces start-up attirent l'attention des constructeurs. Ford a doublé ses effectifs dans la Silicon Valley et investi dans Civil Maps, spécialiste des cartes en 3D. Plutôt que s'allier à Cruise, GM a racheté la start-up de 40 employés pour 1 milliard de dollars. ■

LOÏC PIALAT, LOS ANGELES
@loicpialat